

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH *CO-BRANDING SELF IMAGE CONGRUENCE*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DI MEDIASI OLEH
CO-BRANDING EVALUATION
(Studi Kasus Produk *Co-Branding SAMSUNG X BTS*)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:

Fara Hamida

1501204073



**Universitas
Telkom**

Pembimbing

R. Nurafni Rubiyanti, Ph.D

NIP. 13860020-1

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2024